

POTENSI EKONOMI KREATIF PEMERINTAH DAERAH SEBAGAI ANDALAN KERJASAMA INTERNASIONAL

Asep Kamaluddin Nashir

(Dosen Hubungan Internasional FISIP UPN “Veteran” Jakarta)

This article seeks to demonstrate the potential that can be processed by the local government in the conduct of international cooperation, the creative economy. There are several things that need to be considered by the local government to make the creative economy as a crutch local revenue, because patterns that arise in the future and will be stronger in the international world is a form of economic activity that is based on creativity. This paper will be divided into three parts. The first part is a review of the legal basis for local governments to implement international cooperation. The goal is to provide a baseline for international cooperation undertaken by the local government, so it will look a vision of international cooperation by local governments in the corridors of regional autonomy.

Key Word ; Economy Creative, International Cooperation, Regional Autonomy



PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan konsep yang menjadi perbincangan dan perhatian di dunia saat ini . Penelusuran mengenai ekonomi kreatif akan diawali kepada kebijakan Pemerintah Inggris di tahun 1990an untuk mencetuskan sebuah bentuk industri yang mendasarkan kepada kreatifitas. Kreatifitas semata tidak hanya berhenti pada bentuk seni, tetapi ia bisa dirancang untuk menjadi sebuah industri dan menghasilkan nilai ekonomi. Kerjasama internasional yang dilakukan oleh pemerintah daerah di Indonesia masih cenderung untuk berorientasikan kepada *resource based*. Kekayaan alam masih menjadi andalan dalam melakukan kerjasama internasional yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Kecenderungan ini akan sulit diikuti oleh daerah yang tidak memiliki sumber daya alam melimpah, baik untuk tujuan wisata maupun eksplorasi kekayaan alam.

Sebuah kerjasama internasional bisa dilakukan oleh dua negara atau lebih. Dalam hal ini yang dimaksud negara adalah merujuk kepada standar Konvensi Montevideo tahun 1933, dengan segala atribut yang menyertainya seperti : wilayah yang jelas, memiliki penduduk, memiliki pemerintahan dan memiliki kapasitas untuk

berhubungan dengan negara lain.(Jawahir ; 2006)

Dalam melakukan kerjasama internasional maka yang berhak melakukan adalah Kepala Negara atau pemerintah pusat. Dalam sejarah diplomasi kerjasama internasional dilakukan antar negara. Kondisi tersebut mengikuti dinamika dari politik internasional pada setiap masanya. Namun perkembangan politik internasional kontemporer menunjukkan bahwa negara tidak lagi menjadi aktor yang utama, ada juga aktor – aktor non negara.

Terlepas dari dinamika yang melatari lahirnya kebijakan desentralisasi, secara substansi sebenarnya kebijakan ini diambil sebagai bentuk upaya peningkatan peran serta dan pemberdayaan masyarakat serta melakukan pemerataan keadilan bagi rakyat Indonesia. OTDA dilaksanakan sebagai bentuk penterjemahan dari amanat UUD 1945 yang telah melalui proses amanden kedua pada tahun 2000. Warna yang menyeruak dari hasil amanden kedua ini adalah ciri pemerintahan yang berubah dari sifat sentralistik berubah menjadi desentralistik. Fitur dari pemerintahan yang desentralistik ini bisa dilihat dari adanya mekanisme pemilihan langsung di kepala daerah. Fitur desentralistik lainnya bisa ditemukan dalam Undang-Undang No. 22

Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang memberikan kewenangan pemerintah daerah untuk melakukan kerjasama internasional. Kewenangan untuk melakukan kerjasama internasional disebutkan dalam Pasal 18 UU No. 22 Tahun 1999. Namun mengalami perbaikan dan direvisi dalam UU No. 32 Tahun 2004, sehingga dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, pasal 18 tersebut tidak disebut secara eksplisit lagi.

Terkait dengan kewenangan, didalam UU No. 32 Tahun 2004, Pasal 42 diberikan tugas dan wewenang kepada DPRD untuk melakukan pengawasan, pemberian pendapat dan pertimbangan dan menyetujui rencana kerjasama internasional. Sehingga posisi pemerintah daerah dalam kerangka perencanaan, pengawasan dan pelaksanaan sudah semakin kuat dan efektif. Dengan kondisi seperti ini, pemerintah daerah memiliki kesempatan yang cukup besar dan luas untuk bisa memprakarsai sebuah kerjasama internasional.

Sebenarnya kerjasama yang dilakukan oleh pemerintah daerah memiliki dua dimensi. Dimensi pertama adalah kerjasama yang dilakukan antar pemerintah daerah di Indonesia dan dimensi kedua adalah kerjasama hubungan internasional yang dilakukan oleh pemerintah daerah

dengan mitra negara atau pemerintah daerah dari negara lain. Selazimnya hubungan internasional yang biasanya dilakukan antar negara, maka pemerintah daerah juga memiliki kesempatan yang sama jika melihat contoh kasus yang terjadi di Eropa Barat. Pada tahun 1940-an di Eropa Barat berdiri *The Council of European Municipalities and Region* (CEMR). Menurut lembaga tersebut kemitraan antar kota – kota di Eropa Barat dimungkinkan untuk terjadi. Twinning atau Jumelages merupakan kemitraan resmi dan permanen yang dilakukan oleh dua kota atau lebih dengan tujuan meningkatkan kerjasama dalam hal pertukaran pengetahuan dan pengalaman dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat kota. Walaupun tidak saling mempengaruhi, tetapi konsep kerjasama antar kota juga terjadi di Amerika Serikat. Pada masa Presiden Eisenhower inisiatif serupa juga digagas yaitu kerjasama yang melibatkan pemerintah kota dari satu negara bagian dengan pemerintah kota dari negara bagian yang lain. Konsep ini sendiri di Amerika Serikat lantas lebih dikenal sebagai *sister city/ sister province*. (Gerit Jan Schep,1995) Di Indonesia bentuk kerjasama bertipe seperti ini diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri No.3 Tahun 2008,

tentang Pedoman Pelaksanaan Kerjasama Pemerintah Daerah Dengan Pihak Luar Negeri.

Didalam UU Otonomi Daerah No. 32, Tahun 2004 terkait kerjasama internasional diberikan wewenang kepada pemerintah daerah untuk menyelenggarakannya. Sejalan dengan wewenang tersebut diberikan juga kewajiban dalam penggunaan biaya dan dan anggaran yang dibutuhkan. Kembali lagi ini menunjukkan kesempatan yang sangat luas diberikan kepada pemerintah daerah untuk bisa melakukan kerjasama internasional. Secara perundang – undangan tidak ada hambatan bagi semangat kerjasama internasional ini. Hubungan luar negeri atau kerjasama luar negeri yang bisa dilakukan oleh pemerintah daerah di Indonesia, bisa dilakukan dengan pemerintah daerah mancanegara. Landasan ini diperkuat dengan Undang – Undang Nomor 37 tahun 1999 tentang hubungan luar negeri yang menyebutkan bahwa pemerintah daerah adalah salah satu pelaku hubungan luar negeri.

Posisi tersebut diperkuat lagi dengan Undang – Undang nomor 24 tahun 2000 Pasal 5 ayat 1 tentang Perjanjian Internasional, disebutkan bahwa pemerintah daerah perlu melakukan konsultasi dan

koordinasi dengan Menteri. Sebagai prinsip dalam melaksanakan kerjasama internasional pemerintah daerah perlu mengikuti juga Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 tahun 2008 tentang Pedoman Pelaksanaan Kerjasama Pemerintah Daerah Dengan Pihak Luar Negeri. Didalam pedoman tersebut termuat prinsip bahwa hubungan kerjasama luar negeri harus memperhatikan persamaan kedudukan, memberikan manfaat, saling menguntungkan, tidak mengganggu stabilitas politik dan keamanan perekonomian, menghormati kedaulatan NKRI, mempertahankan keberlanjutan lingkungan, mendukung pengutamaan gender dan sesuai dengan undang – undang yang berlaku. (Permendagri : 2008)

Dari penjabaran diatas kiranya sudah jelas tergambar bahwa kesempatan terbuka lebar bagi pemerintah daerah untuk melakukan hubungan luar negeri dan juga melakukan perjanjian internasional dengan pihak yang dijadikan mitra dalam kerjasama internasional tersebut. Urgensi dari kerjasama internasional yang dilakukan harus sejalan dengan semangat otonomi daerah itu sendiri sehingga kepentingan pemerintah daerah bisa diletakkan sebagai agenda utama dari kerjasama internasional tersebut. Perlu diberikan catatan juga bahwa

setiap daerah memiliki karakteristik dan potensinya masing – masing. Dibagian tulisan selanjutnya akan dijelaskan ekonomi kreatif bisa menjadi potensi dari pemerintah daerah dalam membangun kerjasama internasional.

Ekonomi Kreatif Dalam Konteks Internasional dan Indonesia

Globalisasi dan jejaring konektivitas adalah realitas yang kita hadapi hari ini, dimana efeknya bisa dirasakan dalam kehidupan sehari – hari. Percepatan informasi, perluasan akses pasar, tingginya mobilitas dan konektivitas di dunia merupakan *setting* yang melandasi kehidupan manusia di abad 21. Globalisasi sudah menjadi panggung bagi bergeraknya seluruh kehidupan manusia pada era kontemporer dan secara umum, memasuki abad 21 fitur ekonomi politik internasional memiliki 4 corak yang timbul sebagai akibat dari globalisasi, yaitu : deteritorialisasi, revolusi teknologi, internasionalisasi dan liberalisasi. (John Bailyis : 2008)

Internasionalisasi dideskripsikan dengan meningkatnya transaksi diantara negara. Transaksi yang dimaksud adalah arus perdagangan, investasi dan modal. Proses internasionalisasi ini difasilitasi dan dilakukan oleh pemerintah dan dilakukan

antar pemerintah melalui perjanjian perdagangan, investasi dan modal, tentunya perlu diatur kebijakan domestiknya untuk memberikan kesempatan dan kemudahan bagi proses itu semua. Jalan bagi proses internasionalisasi di topang oleh kebijakan liberalisasi yang dilakukan oleh negara. Liberalisasi merupakan kebijakan pemerintah untuk mereduksi peranan negara dalam interaksi ekonomi, seperti menurunkan tariff perdagangan dan hambatan tariff, deregulasi dan membuka sektor finansial bagi investor asing dan privatisasi perusahaan milik negara.

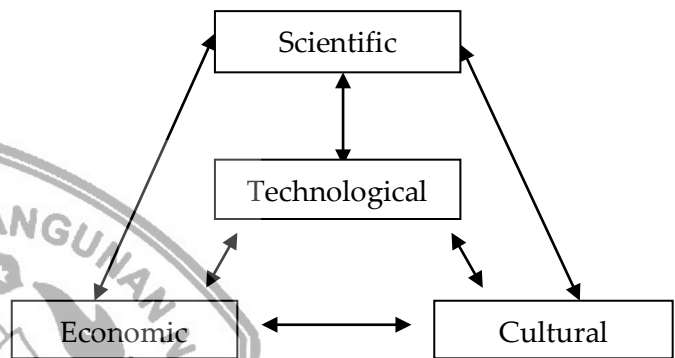
Pada bagian selanjutnya revolusi teknologi memegang peranan yang penting. Revolusi teknologi merujuk kepada kekinian dan kemutakhiran proses komunikasi (melalui satelit, internet dan komputer) yang dimungkinkan karena perkembangan teknologi. Kemutakhiran proses komunikasi berimplikasi kepada tereduksinya jarak dan lokasi yang dikenal juga dengan deteritorialisasi. Deteritorialisasi dipelopori oleh revolusi tekonologi informasi yang berefek kepada tereduksinya teritorial, jarak dan batas antar negara. Sehingga interaksi antar manusia semakin mudah dan proses pembentukan identitas menjadi lebih cair. Kemudahan interaksi ini terjadi di tingkat

internasional, kawasan dan nasional serta lokal.

Empat corak ekonomi internasional di abad 21 berdampak kepada semakin meluasnya rajutan benang yang menopang ekonomi politik internasional. Ekonomi politik internasional kontemporer tidak hanya berhenti kepada kegiatan investasi, modal dan perdagangan semata, tetapi ada benang yang menghubungkan antara wacana mengenai ekonomi dan kebudayaan, serta menghubungkan ranah sosial dan teknologi. Wacana mengenai ekonomi politik internasional semakin hari, meluas menjadi seperti *mega structure*. Ditengah kemegahan struktur ekonomi politik internasional pada era kontemporer, ekonomi berbasis kreatifitas menjadi tiang penopang yang cukup signifikan.

Masih dalam *setting* dunia yang terglobalisasi, industri kreatif dinilai memiliki potensi untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan mempromosikan pembangunan di dalam dunia yang terglobalisasi. Secara konseptual, merujuk kepada laporan UNCTAD mengenai '*Creative Economy Report 2008*', belum ada kesepakatan mengenai definisi 'ekonomi kreatif' secara umum. Laporan UNCTAD berusaha untuk merangkum pendefinisian 'ekonomi kreatif' sebagai konsep yang luas

dan didalamnya memasukkan interaksi diantara unsur - unsur budaya, ekonomi dan teknologi didalam dunia yang telah terglobalisasi dimana terjadi dominasi terhadap simbol, teks, suara dan gambar. Relasi diantara budaya, ekonomi dan teknologi, bisa dilihat melalui gambar dibawah ini:



Gambar 1

Secara psikologis, kreatifitas bisa diterjemahkan sebagai hasil proses berfikir dan bekerjanya akal serta unsur – unsur yang turut mempengaruhi dalam proses tersebut dan tidak bisa diukur secara material, walaupun produk dari kreatifitas bisa termanifestasi dalam perwujudan yang material. Lebih sering produk kreatifitas ini berbentuk kepada seni dan peradaban. Sedangkan industri kreatif lebih menekankan kepada proses mencipta, lingkaran kreasi, produksi dan distribusi dari barang dan jasa yang menggunakan modal

keaktifitas serta intelektualitas sebagai sumber utamanya. Penggunaan istilah ‘industri kreatif’ sama seperti menempatkan kreatifitas kedalam sebuah logika industri. Penelusuran mengenai industri kreatif akan bermuara kepada tahun 1997 ketika Kementerian Budaya, Media dan Olah Raga Inggris menentaskan konsep industri kreatif. Sejak tahun tersebut, pendefinisian dari industri kreatif mengalami perluasan, beberapa pendefinisian dan jenis industri kreatif bisa dilihat sebagai berikut :

1. UK DCMS model	2. Symbolic texts model	3. Concentric circles model	4. WIPO copyright model
Advertising Architecture Art and antiques market Crafts Design Fashion Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Video and computer games	Core cultural industries Advertising Film Internet Music Publishing Television and radio Video and computer games Peripheral cultural industries Creative arts Borderline cultural industries Consumer electronics Fashion Software Sport	Core creative arts Literature Music Performing arts Visual arts Other core cultural industries Film Museums and libraries Wider cultural industries Heritage services Publishing Sound recording Television and radio Video and computer games Related industries Advertising Architecture Design Fashion	Core copyright industries Advertising Collecting societies Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Visual and graphic art Interdependent copyright industries Blank recording material Consumer electronics Musical instruments Paper Photocopiers, photographic equipment Partial copyright industries Architecture Clothing, footwear Design Fashion Household goods Toys

Gambar 2

Pertautan yang sangat erat diantara ekonomi dan industri kreatif menyebabkan tidak ada pendefinisian yang tunggal. Seperti ditunjukkan oleh gambar 2, setiap definisi industri kreatif memiliki turunan dan ruang lingkungnya masing – masing. Tetapi yang perlu dicatat adalah ekonomi kreatif tidak berkaitan *resource based* yang

dimiliki oleh suatu negara. Ia berbasiskan kreatifitas dan intelektualitas yang dimiliki oleh penduduk-nya. Ini merupakan bentuk perluasan dari kegiatan ekonomi yang sebelumnya hanya mengandalkan sumber daya alam sebagai modalitasnya. Sedangkan bagi industri kreatif tonggaknya bisa dilihat pada akhir tahun 1980an, ketika terjadi ketertarikan yang cukup besar terhadap konsumsi berdasarkan potensi sosial-ekonomi melalui produksi simbolis. Sejak saat itu dikenal percampuran antara ekonomi, kreatifitas dan industri. Istilah ‘*cultural industries*’ lalu ‘*creative industries*’, lantas dikenal dengan ‘*cultural economy*’ dan ‘*economy creative*’ meluas secara global.

Saat ini di Indonesia ekonomi kreatif sudah menjadi bagian dari kebijakan pemerintah Indonesia. Terutama sejak terbitnya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Sejak tahun 2007 gagasan awal sudah mengawali langkah Indonesia untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai potensi yang terus digali. Beberapa kegiatan yang menjadi titik tolak bagi perjalanan ekonomi kreatif di Indonesia, seperti : PPBI (Pekan Produk Budaya Indonesia) 2007, PPBI 2008, PPKI (Pekan Produk Kreatif Indonesia) 2009 dan TIK (Tahun Indonesia

Kreatif) 2009. PPBI 2007, merupakan titik tolak pertama bagi cerita mengenai industri kreatif di Indonesia. Dengan mengangkat tema konvensi “Warisan Budaya dan Ekonomi Kreatif”, dimunculkanlah wacana ekonomi kreatif secara resmi.

Dalam konvensi tersebut dibahas cara kerja ekonomi kreatif, penelusuran kekayaan intelektual sebagai “mata uang baru” dalam ekonomi kreatif.

Berlanjut di pelaksanaan PPBI 2008, dilaksanakan konvensi lanjutan dengan mengangkat tema : Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia. Dalam konvensi tersebut diluncurkan cetak biru oleh Presiden Republik Indonesia sebagai acuan bagi instansi pemerintah terkait dalam mengembangkan industri kreatif. Kegiatan PPBI hanya berlangsung tahun 2007 dan 2008. Memasuki 2009, PPBI berubah nama menjadi PPKI. Perubahan ini merupakan keseriusan untuk menegaskan pentingnya ekonomi kreatif. Setelah cetak biru diluncurkan pada tahun 2008, maka tahun 2009 ini dilakukan evaluasi terhadap kondisi dan strategi pengembangan industri kreatif. PPKI 2009 mengangkat tema : Menjadikan Budaya dan Teknologi Sebagai Basis Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia, dengan fokus pembahasan kepada subsektor industri kreatif berbasis

teknologi dan budaya, seperti film, animasi, desain, layanan piranti lunak, musik, penerbitan dan percetakan.

Ditahun 2009 juga, Presiden RI mencanangkan tahun 2009 sebagai tahun industri kreatif Indonesia dan sebagai dukungan, Presiden mengeluarkan Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009, kepada 28 instansi pemerintah pusat dan daerah. Presiden menginstruksikan agar seluruh instansi yang disebutkan untuk mendukung kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif tahun 2009-2015, yakni pengembangan kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia, dengan sasaran, arah, dan strategi. Beberapa sektor yang menjadi kategori industri kreatif di Indonesia adalah : Periklanan; Penerbitan dan Percetakan; TV dan Radio; Film, Video dan Fotografi; Musik; Seni Pertunjukan; Arsitektur; Desain; Fesyen; Kerajinan; Pasar Barang Seni; Permainan Interaktif; Layanan Komputer dan Piranti Lunak; Penelitian dan Pengembangan.

Sejak dicanangkan pada tahun 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif, pemerintah Indonesia sudah merancang

tujuan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di tengah kelesuan krisis ekonomi global di Eropa dan Amerika Serikat. Pilihan ini juga didasari bahwa industri kreatif tahan terhadap krisis ekonomi. Perlu menjadi catatan penting, bahwa industri kreatif bisa dijadikan pemantik bagi pemerataan, mempercepat pembangunan, kemandirian ekonomi, dengan cara memberikan kesempatan kepada daerah untuk menggali, mengatur dan mengelola sumber daya yang dimilikinya. Didalam INPRES No. 6 Tahun 2009, disebutkan juga bahwa kebijakan ekonomi kreatif dilaksanakan dari tingkat nasional hingga daerah. Melalui INPRES tersebut di sebutkan bahwa Gubernur dan Bupati ikut terlibat sebagai pihak yang secara terpadu dalam mensukseskan pengembangan ekonomi kreatif Indonesia.

Didalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025; Rencana Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif Indonesia 2009 – 2015, melalui kata pengantarnya Mari Elka Pangestu selaku Menteri Perdagangan Republik Indonesia memberikan gambaran yang cukup menarik mengenai potensi ekonomi kreatif, seperti yang dikutip dibawah ini :

“Ekonomi kreatif ini diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah: (1) relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4,5% per tahun); (2) masih tingginya pengangguran (9-10%), tingginya tingkat kemiskinan (16-17%), dan (4) rendahnya daya saing industri di Indonesia. Selain permasalahan tersebut, ekonomi kreatif ini juga diharapkan dapat menjawab tantangan seperti isu global warming, pemanfaatan energi yang terbarukan, deforestasi, dan pengurangan emisi karbon, karena arah pengembangan industri kreatif ini akan menuju pola industri ramah lingkungan dan penciptaan nilai tambah produk dan jasa yang berasal dari intelektualitas sumber daya insani yang dimiliki oleh Indonesia, dimana intelektualitas sumber daya insani merupakan sumber daya yang terbarukan.

Pernyataan dari Mari Elka Pangestu mengindikasikan bahwa perekonomian Indonesia berusaha merespon corak baru dan pergeseran paradigma dari dinamika ekonomi politik internasional. Bagi Indonesia, industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang memiliki orisinalitas dari individu – individu kreatif, berkeahlian, memiliki bakat, dan berpotensi untuk membuka lapangan kerja dengan menggali ide – ide inovasi yang brilian. Secara nasional, pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia memiliki misi yaitu :“Memberdayakan sumber daya insani

Indonesia sebagai modal utama pembangunan nasional” untuk:

1. Peningkatan kontribusi industri kreatif terhadap pendapatan domestik bruto Indonesia;
2. Peningkatan ekspor nasional dari produk/jasa berbasis kreativitas anak bangsa yang mengusung muatan lokal dengan semangat kontemporer;
3. Peningkatan penyerapan tenaga kerja sebagai dampak terbukanya lapangan kerja baru di industri kreatif;
4. Peningkatan jumlah perusahaan berdaya saing tinggi yang bergerak di industri kreatif;
5. Pengutamaan pada pemanfaatan pada sumber daya yang berkelanjutan bagi bumi & generasi yang akan datang;
6. Penciptaan nilai ekonomis dari inovasi kreatif, termasuk yang berlandaskan kearifan dan warisan budaya nusantara;
7. Penumbuhkembangan kawasan-kawasan kreatif di wilayah Indonesia yang potensial,
8. Penguatan citra kreatif pada produk/jasa sebagai upaya pencitraan negara (*national branding*) Indonesia di mata dunia Internasional.

Ekonomi Kreatif Daerah Sebagai Andalan Kerjasama Internasional

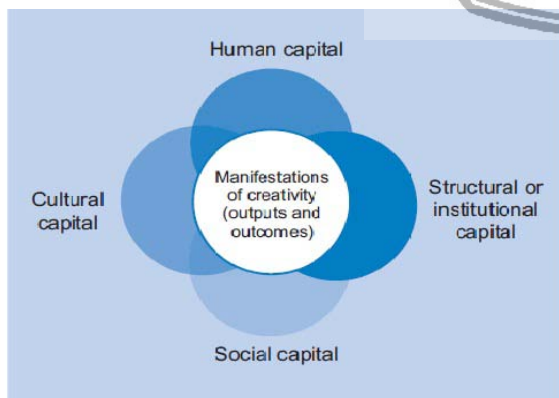
Kerjasama internasional seperti yang sudah dibahas dibagian awal tulisan ini menunjukkan perubahan konteks dan rupa dari ekonomi politik internasional, dan Indonesia berkepentingan untuk merespon perubahan tersebut. Saat ini gelombang evolusi dari perekonomian internasional telah memasuki fase keempat, dengan gelombang pertama yaitu ekonomi pertanian, ekonomi industri, ekonomi informasi dan saat ini adalah ekonomi kreatif. Beberapa pemikir mengenai ekonomi kreatif, seperti Richard Florida, Daniel Pink, John Howkin, John Hartley juga memperkuat argumentasi mengenai urgensi dari evolusi keempat corak ekonomi politik internasional kontemporer.

Pergeseran dari evolusi ini tentunya perlu di respon oleh Indonesia. Respon yang diberikan Indonesia tidak terlepas dari kepentingan ekonomi Indonesia untuk tetap menjamin laju perekonomiannya tidak tersendat. Kebijakan pemerintah Indonesia untuk memberikan porsi perhatian yang lebih kepada ekonomi kreatif dikarenakan ekonomi kreatif memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomian Indonesia secara keseluruhan. Di Indonesia, peran industri kreatif dalam ekonomi Indonesia

cukup signifikan dengan besar kontribusi terhadap PDB rata-rata tahun 2002-2006 adalah sebesar 6,3% atau setara dengan 104,6 Triliun rupiah (nilai konstan) dan 152,5 triliun rupiah (nilai nominal). Industri ini telah mampu menyerap tenaga kerja rata-rata tahun 2002-2006 adalah sebesar 5,4 juta dengan tingkat partisipasi sebesar 5,8%.

Lebih daripada itu, sumber dari ekonomi kreatif adalah kebudayaan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya keterkaitan antara ekonomi dan budaya merupakan sumber energi bagi berjalannya ekonomi kreatif. Indonesia sendiri memiliki kelebihan yang melimpah dalam hal kebudayaan lokal. Keragaman seni dan warisan budaya merupakan aset yang tidak terkira bagi energi ekonomi kreatif Indonesia. Selama ini kaum muda Indonesia juga telah banyak berkontribusi dalam

untuk membentuk insan yang kreatif diawali dari pendidikan. Semakin matang dan merata pendidikan disebuah daerah, maka akan mengurangi eksploitasi terhadap sumber daya alam dan logika urbanisasi yang selalu identik dengan perpindahan usia-usia produktif dari desa ke kota menjadi tereduksi, karena usia produktif tetap di desa dan jejaring yang membuat mereka bisa beredar, berkarya dengan menggunakan kemajuan teknologi komunikasi. Seperti lingkaran diagram di bawah ini yang menghubungkan antara keterkaitan sumber daya manusia, kreatifitas dan ekonomi kreatif.



Gambar 3

Untuk saat ini sudah ada beberapa daerah yang sudah menjadi kawasan kreatif, seperti Bandung, Bali, Jakarta dan Yogyakarta. Sejauh ini, beberapa daerah lain juga dibidik sebagai wilayah yang berpotensi, seperti Pekalongan, Cirebon, Garut, Tasikmalaya, Papua, Jepara, Palembang. Untuk mengembangkan

beberapa hal. Paling utama adalah sumber daya manusia dan trajektori pendidikannya. Tulang punggung bagi industri kreatif adalah sumber daya manusia dan trajektori

ekonomi kreatif ada segitiga hubungan yang perlu untuk saling bersinergi dan bekerjasama untuk mewujudkannya, yaitu : pemerintah, bisnis dan intelektual.

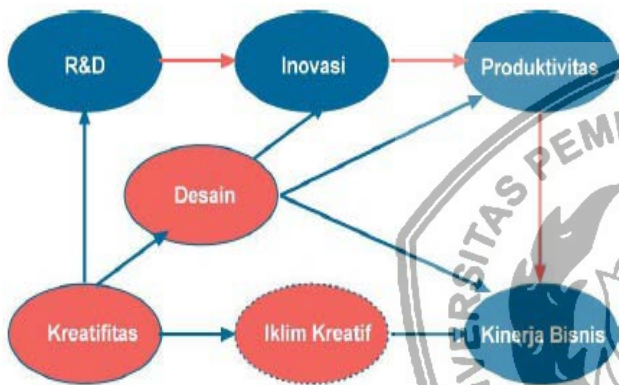
Untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai potensi daerah maka pemerintah daerah sebagai pengelola otonomi daerah memiliki peran untuk melaksanakan *good governance*. Mengurusi ekonomi kreatif cukup berbeda dibandingkan ekonomi berbasis pertanian atau industri, karena ia membutuhkan tempat dan situasi yang khusus bagi berkembangnya kreatifitas dan kualitas manusia yang kompetitif. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk membentuk dan menjaga kondisi tersebut. Good governance bisa diartikan sebagai upaya untuk menjalankan dan mengelola pemerintahan dengan prinsip demokrasi dan keterbukaan. Ruang dan kebebasan publik harus diberikan tempat khusus demi perkembangan kreatifitas yang akan disertai dengan perubahan kualitas manusia menjadi lebih kompetitif.

Konsekuensi paling terbesar ketika satu daerah ingin mengembangkan ekonomi kreatif adalah bertumbuhnya kelas baru didalam struktur masyarakat, yaitu kelas kreatif. Seperti yang diteorikan oleh Richard Florida, ekonomi kreatif akan menghasilkan kelas kreatif, dimana kelas kreatif sendiri

terbagi kedalam dua jenis, yaitu : *Super Creative Core*, yaitu ilmuwan, insinyur, professor, pujangga, pengarang cerita non fiksi, editor, tokoh budaya, peneliti, analis, pembuat film, seniman – seniwati, dan lain sebagainya yang terlibat dalam proses kreatif. Selanjutnya adalah *creative professional* yaitu individu – individu yang bekerja pada industri yang memiliki karakteristik knowledge – based seperti industri berbasis teknologi tinggi, berbasis jasa keuangan, berbasis hukum, praktisi kesehatan dan teknikal, dan manajemen bisnis. Mereka juga adalah individu yang ikut terlibat dalam penyelesaian masalah yang membutuhkan kreatifitas. Untuk menjaga agar individu – individu dengan jenis *super creative core* dan *creative professional* tetap hidup dan bisa berkreasi maka penting bagi pemerintah daerah untuk menjalankan kebijakan *good governance*, dengan mengutamakan perlindungan ham, penegakan hukum, keterbukaan dan keadilan serta visi strategis dimana ekonomi kreatif bisa bertumbuh dan berkembang.

Peran yang penting juga di pegang oleh para intelektual, baik mereka intelektual yang masuk kedalam kategori *super creative core* dan *creative professional*. Intelektual disini ikut berpartisipasi dalam kegiatan, pertukaran

informasi, ide dan gagasan, dalam rangka untuk mencari kepuasan dibidang ilmu pengetahuan dan seni. Mereka adalah inti yang memperkuat basis formal dalam inovasi. Intelektual adalah modal utama bagi ekonomi kreatif karena mereka bisa melakukan pertukaran, relasi dan tindakan lainnya untuk menciptakan ruang pengetahuan yang besar di setiap daerah. Kantong – kantong pengetahuan inilah yang



penyelesaian.

Posisi dari intelektual adalah sebagai agen bagi perubahan di dalam masyarakat. Agen perubahan bisa di artikan sebagai pihak yang menyebarkan, mengimplementasikan ilmu pengetahuan, seni dan teknologi didalam masyarakat. Sejak intelektual berperan sebagai tulang punggung, maka intelektual yang berasal dari perguruan tinggi bisa mengarahkan tri darma pendidikannya untuk mendukung penguatan sumber daya manusia yang kompetitif dan kreatif. Lembaga pendidikan

tinggi sebagai oase ilmu pengetahuan bisa ikut membantu kesuksesan dari ekonomi kreatif dengan menempatkan visinya sebagai penghasil generasi yang kompetitif dan kreatif serta mengarahkan pengabdian masyarakatnya untuk menjalankan fungsi sebagai agen perubahan yang nyata dalam masyarakat sekitar, terutama dalam persebaran ide, teknologi dan pengetahuan.

Aktivitas penciptaan sesuatu yang baru melalui kreatifitas dan aplikasi praktisnya dalam kehidupan sehari-hari melalui inovasi, akan menopang ekonomi kreatif dan tentunya industri kreatif. Howkins – Bruce S. Tether mengurai hubungan tersebut kedalam sebuah peta sebagai berikut :

Gambar 4

Dari gambar ini terlihat arah atau *flow chart* dari kreatifitas hingga menjadi kinerja bisnis. Kreatifitas adalah sumber energi bagi lahirnya desain dan produk inovasi. Trajektori dari kreatifitas hingga inovasi adalah satu kesatuan.

Percabangannya ada di *research & design* serta iklim kreatif. Titik akhir yang dituju adalah kinerja bisnis, ketika produktifitas dan iklim kreatif menjadi faktor penopang bagi kinerja bisnis. Disini letak yang menghubungkan antar pemerintah dan intelektual. Intelektual akan lebih banyak bergerak di ranah kreatifitas dan desain. Sedangkan R & D dan iklim kreatif akan menjadi tanggung jawab pemerintah daerah untuk menjamin situasi terus terjaga dan kondusif.

Bagian ketiga yang juga tidak kalah penting adalah peran dari kalangan bisnis. Skema yang dikemukakan oleh Tether semuanya akan berjung kepada kinerja bisnis. Kreativitas akan mengarah kepada riset dan pengembangan dan berlanjut kepada inovasi dan produktifitas, dimana inovasi adalah tantangan terhadap kreatifitas untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat. Disini aspek bisnis memegang peranan ketika inovasi – inovasi yang dilakukan individu diarahkan untuk menjadi *entrepreneur* kreatif. Peran bisnis berarti menyuntikkan aspek dan semangat bisnis didalam skema ekonomi kreatif. Ujung dari perpaduan ekonomi kreatif dan bisnis adalah industri kreatif. Sejauh ini di Indonesia, gejala bermunculannya industri kreatif diawali dari kreatifitas – kreatifitas

individu yang tertuang dalam munculnya *entrepreneur – entrepreneur* baru di Indonesia.

Entrepreneur inilah yang menjadi pelaku usaha, penanam modal dan pengembang ekonomi kreatif. Peran dari aspek bisnis berjalan di dua jalur, pertama sebagai pelaku yang terlibat langsung dalam proses mencipta dan yang kedua adalah sebagai pihak yang mendukung dan pengembang dari bisnis ekonomi kreatif. Implikasi dari keterlibatan bisnis adalah kesempatan bagi terbukanya lapangan pekerjaan baru demi menopang industri berbasis ekonomi kreatif ini. Sehingga dalam menjalankan perannya, bisnis dituntut untuk bisa merancang bangunan konseptual dan menciptakan variasi baru dalam penciptaan baik berupa produk maupun jasa.

Kesimpulan

Memposisikan ekonomi kreatif sebagai andalan dari potensi daerah dalam koridor kerjasama internasional kiranya perlu dilakukan secara terprogram dan terarah. Sejauh ini data, rencana kerja, *roadmap* dan strategi pengembangan dari ekonomi kreatif masih menginduk kepada kebijakan pemerintah pusat. Setiap daerah kiranya perlu juga untuk menginisiasi cetak biru bagi pengembangan ekonomi kreatif.

Cetak biru tersebut tidak hanya sekedar melakukan pemetaan potensi dan strategi pengembangannya, tetapi juga harus mencantumkan mekanisme kerja dari ketiga aspek penting dalam ekonomi kreatif, yaitu pemerintah, intelektual dan bisnis.

Geliat dari ekonomi kreatif sudah terdeteksi di beberapa daerah, seperti Jakarta, Bandung, Jember. Tetapi jika melihat komposisi kepadatan jumlah penduduk dan keanekaragaman budaya didaerah – daerah yang lain, maka untuk kedepannya ekonomi kreatif bisa diupayakan sebagai keunggulan sebuah daerah. Memang trajektori untuk memunculkan ekonomi kreatif sebagai potensi daerah tidak mudah, karena penanganannya jauh lebih kompleks dibandingkan pemanfaatan sumber daya alam yang sudah tersedia. Tetapi yang perlu diperhatikan, bahwa tidak semua daerah memiliki sumber daya yang bisa di manfaatkan. Kelebihan dari jumlah penduduk dan budaya lokal disetiap daerah bisa diarahkan dan diformulasikan untuk menciptakan pondasi bagi bertumbuhnya ekonomi kreatif.

Program ekonomi kreatif di daerah bisa mengikuti program – program didaerah lain yang sudah pernah melakukannya, sehingga rujukan tersebut bisa menjadi

acuan. Memang diperlukan sebuah kajian mendalam yang serius di daerah – daerah terkait dengan ekonomi kreatif dan industri kreatif, sesuai dengan kelebihan masing – masing. Namun mengingat perubahan yang terjadi di tingkat internasional dan arah dari evolusi perekonomian internasional maka sebaiknya setiap daerah mencoba untuk menebar bibit - bibit bagi bertumbuhnya ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Calvin Taylor, *Socializing Creativity : Entrepreneurship and innovation in the creative industries*, dalam Colette Henry & Anne de Bruin (ed), *Entrepreneurship and the Creative Economy*, Edward Elgar Publishing, USA, 2011

Daniel Pink, *A Whole New Mind : Moving From The Information Age To The Conceptual Age*,

Departemen Perdagangan Republik Indonesia, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025; Program Kerja Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2009 -2015*

Gerit Jan Schep, et.al (eds), *Local Challenge to Global Change A Global Perspective on Municipal International Cooperation*, IULA, 1995.

Howkins Bruce S. Tether, 2005, seperti yang dikutip oleh Departmen Perdagangan, *opcit*, rencana pengembangan 2009 – 2015

- Jawahir Thantowi dan Pranoto Iskandar, *Hukum Internasional Kontemporer*, Bandung, Refika Aditama, 2006.
- John Howkin, *The Creative Economy : How People Make Money From Ideas*, Penguin Books, 2007.
- Ngaire Woods, International Political Economy in an Age of Globalization. Dalam John Baylis, Steve Smith, Patricia Owens. *The Globalization of World Politics (An Introduction to International Relations)*. United States: Oxford University Press, 2008.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 tahun 2008 tentang Pedoman Pelaksanaan Kerjasama Pemerintah Daerah Dengan Pihak Luar Negeri, Pasal 2.
- Pemutakhiran Pemetaan Industri Kreatif Indonesia Tahun 2009, Departemen Perdagangan RI
- Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, Departemen Perdagangan RI
- Richard Florida, *Cities and The Creative Class*, New York : Routledge, 2006.
- Sayid Fadhil, *Kerjasama Luar Negeri Oleh Daerah Dalam Rangka Kerjasama Sister City dan Kerjasama Sub-Regional Indonesia, Malaysia, Thailand Growth Triangle*.
- Makalah disampaikan pada Lokakarya "Aktualisasi Tata Cara Hubungan Luar Negeri Oleh Pemerintah Daerah" Kerjasama Departemen Luar Negeri dan Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, 2007.
- Studi Industri Kreatif Indonesia 2009, Jakarta, Departemen Perdagangan RI, *Studi pemetaan Industri Kreatif 2007*, Departemen Perdagangan Republik Indonesia
- UNCTAD, *Creative Economy Report 2008, The Challenge of Assessing the Creative Economy : Towards Inform Policy Making*, United Nations, 2008,
- Willets, P. (2008). Transnational actors and international organization in global politics.
- Dalam John Baylis, Steve Smith, Patricia Owens. *The Globalization of World Politics (An Introduction to International Relations)*. United States: Oxford University Press, 2008.
- http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=1&tabel=1&daftar=1&id_subyek=12¬ab=1,